

Über die Arten der Vermittlung

Im Zusammenhang mit der Ausdünnung der Vertriebsnetze und der steigenden Standorte ohne eigenes Vertriebsrecht kommt es wiederholt zu Auseinandersetzungen mit Herstellern. Häufig wird nicht zwischen den einzelnen Arten der Vermittlung unterschieden.

von Prof. Dr. Tim O. Vogels

Eigentlich könnte man meinen, die Vermittlung von Fahrzeugen sei ein alter Hut. Ist es auch. Aber im Zusammenhang mit der Ausdünnung der Vertriebsnetze und der steigenden Standorte ohne eigenes Vertriebsrecht kommt es wiederholt zu entsprechenden Auseinandersetzungen. Gerade erst hat Jaguar Land Rover seine Händler an die vertraglichen Verpflichtungen und die Möglichkeit einer fristlosen Kündigung „erinnert“.

„Normaler“ Vermittler?

Die Problematik besteht darin, dass häufig nicht zwischen den einzelnen Arten der Vermittlung unterschieden wird.

Bei der klassischen Vermittlung ist der Vermittler für einen autorisierten Vertriebspartner tätig und vermittelt für diesen Fahrzeuge an Kunden. Dabei ist es bereits ausreichend, wenn zwischen autorisiertem Vertriebspartner und dem Vermittler eine mündliche Abrede dergestalt besteht, dass der Vermittler von dem Vertriebspartner eine bestimmte Provision erhalten soll. In so einer Konstellation ist der Vermittler nicht nur im Einzelfall tätig, sondern auf „Dauer“. Der Vermittler ist dann Handelsvertreter des Vertriebspartners. In diesem Fall benötigt jedoch der Vermittler eine Erlaubnis des betreffenden Herstellers/Importeurs. Denn es ist gerade Grundlage eines selektiven Vertriebssystems, dass der Vertrieb der Fahrzeuge ausschließlich über autorisierte Partner erfolgt. Wenn der Vermittler nicht autorisiert ist, handelt es sich somit um einen nicht autorisierten Wiederverkäufer.

EU-Vermittler

Von dem klassischen Vermittler ist der sogenannte EU-Vermittler zu unterscheiden. Dieser EU-Vermittler ist fak-

tisch von der EU-Kommission entwickelt worden. Unter einem EU-Vermittler versteht die EU-Kommission Personen oder Unternehmen, die ein neues Kraftfahrzeug im Namen eines bestimmten Verbrauchers und nicht zum Zwecke des Wiederverkaufs beschaffen, ohne Mitglied des jeweiligen Vertriebsnetzes zu sein. Dieser EU-Vermittler hat daher keine Vereinbarung mit einem autorisierten

Kurzfassung

1. Bei der klassischen Vermittlung ist der Vermittler für einen autorisierten Vertriebspartner tätig und vermittelt für diesen Fahrzeuge an Kunden.
2. Unter einem EU-Vermittler versteht die EU-Kommission Personen oder Unternehmen, die ein neues Kraftfahrzeug im Namen eines bestimmten Verbrauchers und nicht zum Zwecke des Wiederverkaufs beschaffen, ohne Mitglied des jeweiligen Vertriebsnetzes zu sein.
3. Der Verkauf an nichtautorisierte Wiederverkäufer birgt für den autorisierten Vertriebspartner Gefahren, etwa die fristlose Kündigung. Oft müssen Vertriebspartner auch die ihm vom Hersteller gewährte Marge zurückzahlen. Wenn es sich bei dem Vermittler zusätzlich um einen autorisierten Servicepartner handelt, gefährdet er mit einer nichtautorisierten Vermittlung auch seinen Status als Vertragswerkstatt.
4. Betreiber eines selektiven Vertriebssystems sind verpflichtet, die Einhaltung der vertraglichen Regelungen zu überprüfen.

Vertriebspartner eines Herstellers/Importeurs, sondern „sucht“ für den Kunden das für diesen passende Fahrzeug in den Netzen der autorisierten Vertriebspartner. Im Zusammenhang mit der Einführung der GVO 1400/2002 hat die EU-Kommission sogar klargestellt, dass ein EU-Vermittler unter bestimmten Voraussetzungen ein Fahrzeug, welches ihm von einem Markenhändler ausgeliefert worden ist, dem Kunden selbst in Rechnung stellen kann.

Es bleibt aber dabei, dass ein EU-Vermittler nur dann vorliegt, wenn er für einen Kunden ein Fahrzeug sucht und nicht als Vermittler für einen autorisierten Vertriebspartner tätig ist.

Unzulässige Vermittlung

Neben der Gefahr einer fristlosen Kündigung hat der Verkauf an nichtautorisierte Wiederverkäufer für den autorisierten Vertriebspartner allerdings auch noch andere Gefahren. So sehen viele Händlerverträge vor, dass der Vertriebspartner die ihm vom Hersteller gewährte Marge zurückzahlen muss und das betreffende Fahrzeug daher faktisch zur UPE eingekauft hat. Wenn der Vertriebspartner dem nichtautorisierten Wiederverkäufer einen Nachlass von der UPE eingeräumt hat, kann sich dies zu einem finanziellen Boomerang entwickeln.

Wenn es sich bei dem Vermittler zusätzlich um einen autorisierten Servicepartner handelt, gefährdet dieser mit einer nichtautorisierten Vermittlung auch seinen Status als Vertragswerkstatt. In einer zunehmenden Anzahl von Serviceverträgen ist geregelt, dass der Servicepartner keine neuen Fahrzeuge dieser Marke verkaufen darf. Oft werden insoweit Neufahrzeuge auch konkret definiert, sodass zum Beispiel ein Fahrzeug dann als Neufahrzeug gilt, welches we-



Foto: phototchno / iStock / Getty Images Plus

niger als 1.000 Kilometer Laufleistung aufweist und/oder jünger als sechs Monate ist. Selbst in den Fällen, in denen der jeweilige Servicevertrag keine ausdrücklichen Beschränkungen vorsieht, besteht eine Gefahr. Der autorisierte Servicepartner ist Teil des Vertriebssystems des jeweiligen Herstellers. Daher wird man annehmen müssen, dass der Servicepartner auch verpflichtet ist, dieses System nicht dadurch zu unterlaufen, dass er nichtautorisierte Fahrzeuge dieses Herstellers vertreibt.

Von Herstellervertretern wird die Auffassung vertreten, dass der Hersteller sogar die Herstellergarantie davon abhängig machen kann, dass das Fahrzeug bei einem autorisierten Vertriebspartner gekauft worden ist. Bei Uhren hat das der EuGH bereits für zulässig erklärt. Auch wenn nach diesseitiger Kenntnis eine solche Beschränkung im Kfz-Bereich noch nicht umgesetzt worden ist, zeigt diese Entscheidung, dass eine solche Beschränkung durchaus möglich ist und daher auch auf europäischer Ebene streng zwischen einer unzulässigen Vermittlung durch nicht autorisierte Wiederverkäufer und einer zulässigen Vermittlung als EU-Vermittler unterschieden werden muss.

Handlungsalternative

Natürlich kann nach dem Motto agiert werden: „Wo kein Kläger, da kein Richter.“ Allerdings ist jeder Betreiber eines selektiven Vertriebssystems verpflichtet, die Einhaltung der vertraglichen Regelungen zu überprüfen. Zudem gibt es keine Gleichbehandlung im Unrecht. Eine Verteidigung mit dem Argument „Andere machen das doch auch“ ist daher ausgeschlossen. Auch dass nur wenige Hersteller Listen führen, in welche verdächtige Kunden aufgenommen werden, und andere Hersteller solche Listen wegen angeblicher Datenschutzbedenken wieder abgeschafft haben, ist zwar unverständlich, stellt für sich alleine jedoch keine Rechtfertigung dar.

Sinnvoller erscheint es daher, sich auf die echte EU-Vermittlung zu konzentrieren. Der ZDK hat insoweit eine Broschüre herausgegeben („Verbindlicher Vermittlungsauftrag zum Erwerb eines neuen Kraftfahrzeuges mit Vollmacht“), in der sogar ein Formular für eine EU-Vermittlung enthalten ist. Und was spricht dagegen, für einen Kunden mehrere Angebote einzuholen und zu dokumentieren? Wenn dann die Vermittlung über einen bestimmten autorisierten Vertriebspartner, der das beste Angebot

unterbreitet hat, zustande kommt, dürfte es dem Hersteller/Importeur schwerfallen, eine unzulässige Vermittlung durch einen nicht autorisierten Wiederverkäufer nachzuweisen.

Prof. Dr. Tim O. Vogels
Rechtsanwalt
tim.vogels@dr-vogels.eu
www.dr-vogels.eu

Der Autor



Prof. Dr. Tim O. Vogels ist Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht sowie Fachanwalt für Arbeitsrecht. 2014 wurde er zum ordentlichen Professor an der Hochschule Fresenius für Wirtschaft und Medien GmbH berufen.

Foto: Prof. Dr. Tim O. Vogels